

Павленко Людмила Дмитрівна, асистент, ДВНЗ «УАБС НБУ»

СИСТЕМА ЦІНОУТВОРЕННЯ НА БАНКІВСЬКІ КРЕДИТНІ ПРОДУКТИ

В умовах ринкової економіки суб'єкти господарювання, в тому числі і банки, самостійно, на власний страх та ризик визначають політику ціноутворення і формують ціни на банківський продукт, здійснюючи такий процес системно. Саме від сформованої банком системи ціноутворення залежать фінансові результати його діяльності; отже, рівень ефективності системи ціноутворення розглядається як один з найважливіших факторів підвищення прибутковості діяльності банку.

Система ціноутворення в банку являє собою елемент управління його діяльністю, що повинна забезпечити адекватну економічним умовам і внутрішнім умовам діяльності банку політику ціноутворення на запропоновану ними банківську продукцію.

Метою системи ціноутворення є встановлення такої ціни на банківські продукти, яка б давала змогу банку отримати бажаний прибуток.

Оскільки ціна на банківський продукт являє собою грошовий вираз вартості певного набору стандартизованих процедур, то об'єктом, на основі якого відбувається встановлення ціни, є вартість зазначеної системи процедур.

Враховуючи зазначене вище, об'єктом ціноутворення на банківські продукти є сукупність витрат банку, пов'язаних з підготовкою та реалізацією певного набору стандартизованих процедур, що виникають з метою задоволення потреб клієнтів і є результатом діяльності банку та його економічних відносин з ними.

Суб'єктом ціноутворення на банківські продукти є сам банк в особі окремих органів та працівників відповідних підрозділів, що впливають на організацію та проведення цінової політики.

Важливим елементом системи ціноутворення банківських кредитних продуктів є механізм ціноутворення, що являє сукупність взаємопов'язаних інструментів, за допомогою яких суб'єкти управління здійснюють управлінський вплив на об'єкти системи ціноутворення для досягнення цілей функціонування системи ціноутворення.

До базових інструментів механізму ціноутворення відносимо планування, аналіз та контроль, що реалізуються у визначеній послідовності:

- формування цінової політики та цінової стратегії банку як інструменту планування;
- встановлення ціни на банківські продукти, використовуючи методи ціноутворення, які відповідають обраним ціновим політиці та стратегії банку;
- аналіз в системі ціноутворення банківських продуктів; контроль відповідності встановлених цін досягненню стратегічних цілей цінової політики банку та його стратегічних цілей загалом.

Обов'язковим елементом системи ціноутворення є: інформаційне, нормативне та організаційне забезпечення.

В умовах жорсткої конкуренції, що супроводжує розвиток ринкової економіки, необхідно постійно вдосконалювати системи та форми ціноутворення на банківські продукти, швидко оволодівати нагромадженими в теорії та практиці знаннями, знаходити нові неординарні рішення в динамічній ситуації.

Лише такий підхід до управління забезпечує вигреш у конкретному середовищі або, принаймні, нормальні умови розвитку організації. Банківська діяльність у сучасному світі - одна з найбільш конкурентних, тому успіх та життєздатність банку істотно визначаються ефективністю системи ціноутворення на банківські продукти.